



EMBARGO POUR LA DIFFUSION OU LA PUBLICATION AVANT 11H00, LE MERCREDI 10 FEVRIER 2016

LA RADIO, ESSENTIELLE POUR LES AUTOMOBILISTES EUROPEENS

Selon la plus grande enquête jamais menée auprès des conducteurs de Grande-Bretagne, de France et d'Allemagne, huit conducteurs de voitures neuves sur dix n'imaginent pas acheter une voiture sans autoradio.

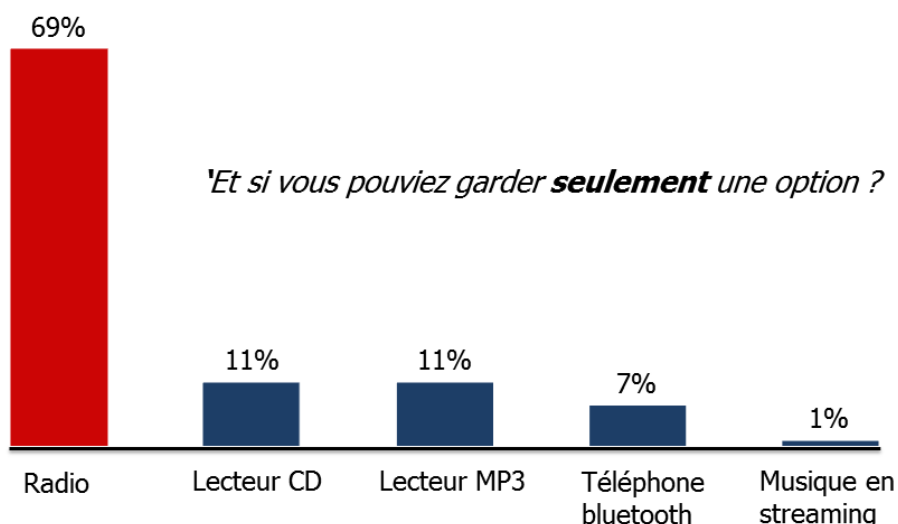
- **Importance:** 82% des conducteurs n'envisagent pas l'achat d'une voiture sans autoradio
- **Prédominance:** la radio représente 75% des écoutes, même dans les voitures modernes
- **Fréquence:** 84% des conducteurs écoutent la radio à chaque trajet, ou presque
- **Gratuité:** 90% estiment que la radio devrait toujours être gratuite et facile à écouter

Selon l'étude lancée aujourd'hui (le 10 février) lors d'une conférence de l'Union Européenne de Radio-télévision à Genève, les conducteurs estiment la radio tout aussi « *vitale que les pneus et le volant* »*.

Dans la plus grande enquête de ce type jamais entreprise en Europe, toutes les personnes interrogées ont acheté un véhicule de l'une des vingt plus grandes marques automobiles européennes au cours des trois dernières années, en tenant compte à la fois de l'autoradio et des options audio alternatives (comme la musique en streaming et l'intégration d'un smartphone) de plus en plus présentes dans les voitures modernes.

Les résultats mettent en évidence la prédominance continue de la radio dans les écoutes en voiture (75% des écoutes totales), avec 84% des conducteurs écoutant la radio « à chaque trajet », ou « la plupart du temps ».

Quand il a été demandé aux conducteurs de désigner quelle source de divertissement ils souhaitaient garder dans leur voiture, au-dessus de toutes les autres, la radio a été massivement citée (choisie par 69% des sondés, avec une plus forte tendance en Grande-Bretagne où les conducteurs se disent favorables à la radio à hauteur de 73%).



Etonnamment, en analysant presque tous les aspects de l'autoradio, peu de différences apparaissent selon l'âge, le sexe, et le type de voiture, y compris chez les jeunes de 20 à 29 ans. En effet, 78% de ces derniers n'envisagent pas l'achat d'une voiture sans autoradio, soit seulement 4% de moins que la moyenne.

Dans les trois pays concernés par l'étude, 90% des personnes interrogées ont estimé que l'usage de la radio devrait toujours être gratuit, 65% des conducteurs étant mécontents à l'idée de payer une application leur permettant d'accéder à la radio dans leur voiture (et plus fortement les allemands, à 71%).

Les derniers chiffres d'écoute officiels de RAJAR (Grande-Bretagne, Q4 2015) démontrent que les usagers écoutent plus la radio au volant qu'auparavant.

Cette enquête a été commandée par Radioplayer Grande-Bretagne, le partenariat sans but lucratif entre la BBC et la radio commerciale. Le modèle Radioplayer s'est désormais étendu à l'Allemagne, l'Autriche, la Norvège, la Belgique et l'Irlande – ces six pays travaillant ensemble pour le développement de la radio à travers l'Europe.

Michael Hill, Directeur Général de Radioplayer, affirme: « *La ceinture de sécurité, l'allumage, la radio. Cette habitude est clairement ancrée aujourd'hui, comme c'était le cas il y a vingt ans. Nous devons maintenant agir en partenariat avec l'industrie européenne de la radio, partager les résultats de cette enquête avec les constructeurs automobiles, et travailler ensemble pour construire les tableaux de bord du futur.* ».

Cette enquête a été validée par les deux plus grandes associations européennes de radiodiffusion – l'UER (qui représente les radiodiffuseurs publics), et l'AER (qui représente les radiodiffuseurs privés).

Stefan Moller, Président de l'Association Européenne des Radios déclare: « *Nous avons toujours su que les conducteurs aimaient la radio. C'est le bouton "me divertir" de la voiture. Mais cette étude unique **prouve** la puissance de cette relation. Nous l'appuyons, et affirmons que "de grandes voitures méritent de grandes radios".* ».

Pour de plus amples informations, veuillez contacter Lucy Goodwin à Radioplayer au numéro: +44 7961 452558, ou par email: lucy@reputationcommunications.com

Notes :

Enquête

- *Citation d'une personne interrogée
- Les entrevues en ligne ont été menées auprès de 1500 propriétaires de voitures neuves (500 dans chaque pays – Grande-Bretagne, Allemagne et France) en novembre 2015.
- Chaque personne interrogée a fait l'achat d'une voiture neuve de l'une des vingt plus grandes marques automobiles européennes au cours des trois dernières années.
- L'enquête a été menée par Proteus Research, un organisme de recherche indépendant de l'industrie automobile.
- Des entrevues avec les personnes interrogées, et l'infographie peuvent être vues ici: <https://www.radioplayer.co.uk/great-cars-need-great-radios>
- La plateforme de recherche est accessible. Veuillez contacter Lucy Goodwin (détails plus haut).

Radioplayer

- Radioplayer est un partenariat sans but lucratif entre la BBC, Global Radio, Bauer Radio et Radiocentre.
- Simon Fell, Directeur technique et innovation à l'UER, affirme: "*En voiture, la radio devrait continuer à être la norme. Toutefois, nous devons moderniser l'interface de l'autoradio, et cette enquête va permettre de conduire cette évolution, le numérique et l'hybride ouvrant la porte à de nouvelles opportunités. Les automobilistes de la première heure peuvent voyager entre les pays, tout en maintenant des services numériques optimaux.*".